

Schlechtes Werbedeutsch in Emails

Was ist an dieser Werbenachricht nicht gut gelöst?

„Ficken bis der Arzt kommt in Hamburg“

Okay, sie ist der Betreff einer Email, das heißt aber nicht, dass man hier kein gutes Werbedeutsch braucht. Frau Prof. Dr. Dr. J.A. B. aus Ober-K. wird ihnen heute also erklären, was daran falsch ist!

Zuerst einmal das Positive, es ist alles enthalten, worum es geht „Ficken“, „Arzt“ und „Hamburg“. Hier geht es also wahrscheinlich um eine Ärztedatenbank für Urologen oder äh.. vielleicht auch Kontaktanzeigen.

Aber das Deutsch, Kinder, das Deutsch. Wo sind die Satzzeichen? Wenigstens ein „!“ am Ende wäre doch gut gewesen. Es muss doch lauten : „So lange ficken [komma] bis der Arzt kommt [punkt] Nur in Hamburg [punkt] / [ausrufezeichen]“

Oder mit diesem Neu-Vorschlag: *„Ficken? Gnadenlos, solange bis der Arzt kommt. Nur in Hamburg!“*

Das klingt auch etwas schmissiger und wird die Kunden vielleicht eher überzeugen!

Die Frage ist aber, warum nur in Hamburg, geht es nicht auch in anderen Städten? Sind solche profanen Genüsse nicht auch den Menschen in Berlin oder Mannheim erlaubt? Vielleicht gar eine kleine Städte-Diskriminierung von Medienleuten, die ja gerne mal in Hamburg residieren? Naaa ??

Also, liebe Email-Autoren, bitte ein wenig mehr nachdenken, dann les ich euch vielleicht auch. Aber die Gefahr, dass „Ficken“ in den Spamfilter gerät und dort gnadenlos aussortiert wird, die ist nunmal sehr hoch.

Und das wollen wir doch nicht. Denn wie wollen wir uns sonst fortpflanzen?